



Рисунок 3 – Композиционное равновесие фигур (объектов) – работы студентов кафедры дизайна и моды, направление специальности 1 19 01 01-02 «Дизайн предметно-пространственной среды» и направление специальности 1-19 01 01-04 «Дизайн коммуникативный»

Равновесие зависит от расположения основных масс композиции, от организации композиционного центра, от пластического и ритмического построения композиции, от ее пропорциональных членений, от цветовых, тональных и фактурных отношений отдельных частей между собой и целым и т. д.

Цели деятельности К. Малевича: формировать понимание выразительных возможностей изобразительного искусства в жизни человека, умение работать с простыми геометрическими фигурами для создания композиции; совершенствовать композиционное решение в своих творческих работах; использовать соответствующие художественные приемы; активизировать развитие творческого потенциала, сформировать и совершенствовать навыки совместной работы; развить потребность в эстетическом общении и интерес к изобразительной деятельности.

Задания по дисциплине «Композиция» в будущем послужат базой для работы над конкретными проектами.

Список использованных источников

1. Кириллова, И. Л. Модульный принцип в создании монокомпозиций / И. Л. Кириллова; И. Л. Кириллова // Материалы докладов 52-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – Т. 2. – С. 103–105.
2. Кириллова, И. Л. Композиционное решение упаковок для молочной продукции / И. Л. Кириллова, К. В. Белякова; И. Л. Кириллова, К. В. Белякова // Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности: Материалы Международной научно-технической конференции, Витебск, 13-14 ноября 2019 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – С. 111–114.
3. Кириллова, И. Л. Композиция : конспект лекций для студентов специальности 1-19 01 01 «Дизайн» направления специальности 1-19 01 01-05 «Дизайн костюма и тканей» / И. Л. Кириллова. – Витебск, 2018. – 49 с.

УДК 659

MEDIA-ДИЗАЙН КАК НОВАЯ СРЕДА КОММУНИКАЦИЙ

Кириллова И.Л., доц., Тимошенко П.В., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрено понятие *media*-дизайна, проанализированы результаты сравнительного анализ веб-дизайна, трех видов дизайна, коммуникативного дизайна и медиа-дизайна; определено, что *media*-дизайн – это создание принципиально новой среды коммуникаций и является одной из основных форм дизайна.

Ключевые слова: media-дизайн, веб-дизайн, коммуникативный дизайн, информация, коммуникация.

Современный этап развития массовой коммуникации связан с распространением технологий Интернета и электронной почты. Глобальные сетевые электронные ресурсы создают возможность мгновенной передачи сообщения и получения информации. Благодаря современным технологиям передачи и получения информации, человечество в большей степени начинает ощущать себя единым [1].

Глобальные социально-политические изменения сопровождаются и стимулируются информационно-коммуникационной революцией, связанной, в первую очередь, с созданием глобальной системы Интернет. Создается основа для формирования единого информационного общества.

Традиционные СМИ используют интернет для своего распространения как в мире, так и в регионах в аудиовизуальной и текстовой формах. Электронные медиа являются более динамичными. Рост числа каналов увеличивает их конкуренцию в борьбе за индивидуального потребителя. Усиливается роль кабельных сетей и местных станций. В данных обстоятельствах в мире СМИ начинает играть огромную роль media-дизайн. Media-дизайн – это создание принципиально новой среды коммуникаций. Если попытаться углубиться в историю, понятие «медиа» происходит от латинского *medium* – посредник. Как явствует из перевода, под данным термином подразумевается собственно сам носитель коммуникации, который используется для передачи и производства символических форм. Однако характеристик и способов определения медиа чрезвычайно много.

Ввиду непрерывного развития информационной среды и пространства Интернет, дизайнеру необходимо оставаться всегда в курсе новых тенденций и направлений дизайна. Именно таким и является media-дизайн.

Media-дизайн с первого взгляда очень схож с веб-дизайном и коммуникативным дизайном. Однако они имеют различия в том, какую цель ставят перед собой, какими инструментами используются при его создании и какие он решает задачи. Схожесть проявляется в том, что все эти три дизайна существуют в интернет пространстве. При современной тенденции перехода всех сфер человеческой жизни в интернет, это не является удивительным. Современный потребитель в сегодняшнем ритме жизни ценит, прежде всего, свое время, а значит, ему нужен качественный контент, который легко найти и приятно использовать. За последнее свойство отвечает media-дизайн. Он несет в себе эмоциональную нагрузку, создает образ соответственно ситуации. Media-дизайн – это способ взаимодействия, поэтому в его разработку может входить как графический дизайн, веб-дизайн, моушн-дизайн, так и теледизайн и т. д. По отношению к телевидению медиа-дизайн можно охарактеризовать как зрительную составляющую сообщения, которое рассказывает о своем направлении целевой аудитории и раскрывает свое содержание. Когда зритель видит набор картинок, объединенных одной темой, чаще всего, многие сразу понимают, о чем будет идти речь (табл. 1).

Современные мультимедийные технологии оказывают значительное влияние на культуру любого общества, а в условиях глобализации и на мировую культуру в целом. Информационная пронизывает любое пространство культуры, уплотняет время жизни культур, ускоряет их формирование, трансформацию и эволюцию. Мультимедийная культура самым непосредственным образом формирует массовое сознание, воздействует на человека, изменяя стиль и образ жизни, мироощущение, миропонимание и мировоззрение. В связи с этим возрастает роль подготовки специалистов в этой области аудиовизуальной культуры, которые смогут гармонизировать информационную среду и гуманизировать мультимедийную культуру в целом.

Media-дизайн является одной из основных форм дизайна наряду с дизайном вещи и дизайном среды. При этом именно медиа-дизайн отвечает за оптимизацию информационно-коммуникативной деятельности современного человека. А поскольку в последние десятилетия media-коммуникация реализуется по преимуществу через экран (телевизор, монитор компьютера, смартфон и пр.), следует говорить об особой роли экранного дизайна [4].

Таблица 1 – Сравнительный анализ трех видов дизайна

Параметры сравнения	Веб-дизайн	Коммуникативный дизайн	Медиа-дизайн
Где используется	Сайты, приложения, сервисы	Иллюстрации, оформление контента, фирменные стили, логотипы, наружная реклама	Специальные проекты в СМИ, онлайн-журналы, статьи, бизнес-проекты,
Какие задачи решает	Рабочий инструмент со множеством функций и анимацией	Скетчи, иконки, иллюстрации, айдентика, вывески	Интерактивная страница с блоками, анимацией, инфографикой и аудиоэффектами
При помощи каких программ создается	Adobe Photoshop, Sketch, HTML/CSS, программирование	Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Corel Draw и аналогичные программы для работы с растровыми и векторными изображениями	Adobe Photoshop, Sketch, HTML/CSS, ReadyMag, Tilda
Какие задачи решает	Презентации компаний и их услуг, имидж в интернете, продажи в электронном коммерческом пространстве	Визуальная составляющая веб-проектов, айдентика, контент того или иного бренда или человека	Интерактивный сторителлинг (рассказ)
В каком пространстве используется	Интернет	Интернет, печатные издания, объемное пространство	Интернет, телевидение

Можно сказать, что в данных обстоятельствах дизайн присутствует в жизни людей повсюду. И к тому же, сам дизайн непрерывно развивается, производя все больше и больше своих ответвлений. Медиа – это не только распространение информации. Не так давно медиа работали в одну сторону. Сейчас же люди своим выбором влияют на информацию, формируя её. Медиа эффективно анализируют читателя и воздействуют на весь комплекс их ощущений по восприятию контента.

Media-дизайн сложно назвать отдельным-отдельным направлением в дизайне: скорее, он берёт от графического и веб-дизайна лучшее и умело это сочетает в проектах, где нужно нетривиально рассказать историю и вовлечь посетителя страницы. И то, что цифровые СМИ всё чаще используют такой интерактивный формат, доказывает – проблема с перенасыщением новостных публикаций информацией только усугубляется.

Список использованных источников

1. Кириллова, И. Л. Формы вербальной коммуникации / И. Л. Кириллова, В. В. Ильина; И. Л. Кириллова, В. В. Ильина // Материалы докладов 52-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – Т. 2. – С. 100–103.
2. Кириллова, И. Л. Вербальная коммуникация как элемент культуры / И. Л. Кириллова, В. В. Ильина; И. Л. Кириллова, В. В. Ильина // Тезисы докладов 52 Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – С. 200.
3. Медиа-дизайн и его проявления // Студенческий: электрон. научн. журн. 2017. № 20(20) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/journal/student/20/92369>.
4. Попова, А. В. Принцип ребрендинга айдентики для УО «Витебский государственный технологический университет» / А. В. Попова, М. А. Скурчаева; А. В. Попова, М. А. Скурчаева // Материалы докладов 51-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2018. – Т. 2. – С. 41–43.